

# PESQUISA

## Percepção dos Empresários do Alecrim



## Sumário

<b>1. Apresentação .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Aspectos Técnicos.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Mapa do Alecrim.....</b>	<b>5</b>
<b>4. Descrição geral dos resultados .....</b>	<b>6</b>
Percepção quanto a presença dos ambulantes .....	6
Percepção sobre o estacionamento rotativo.....	7
Dificuldades enfrentadas.....	8
Capacitação e conhecimento .....	8
Atuação da AEBA .....	9
Ações para atrair associados .....	10
Avaliação do desempenho empresarial .....	11
Perfil do entrevistado e empreendimento .....	11
<b>5. Análise Gráfica .....</b>	<b>13</b>
Percepção quanto a presença dos ambulantes.....	13
Percepção sobre estacionamento rotativo .....	14
Dificuldades enfrentadas .....	15
Capacitação e conhecimento .....	16
Atuação da AEBA.....	17
Ações para atrair associados .....	19
Avaliação do desempenho empresarial.....	20
Perfil dos entrevistados e empreendimentos .....	20
<b>6. Estratificação da amostra.....</b>	<b>25</b>

## 1. Apresentação

O Alecrim é um dos bairros mais populares e antigos de Natal, sendo considerado um verdadeiro centro de comércio popular da cidade. O comércio do Alecrim é uma fonte importante de arrecadação de tributos, gera renda e emprego, movimenta e circula capital. De acordo com dados do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui uma população de 28.705 habitantes, que residiam em 8.646 domicílios, ocupando uma área de 344,73 hectares.

Mais de 55% (55,08%) dos imóveis do Alecrim tem finalidade própria e 38,95% dos domicílios são alugados. Segundo o Sebrae Rio Grande do Norte, em 2010, o bairro possuía cerca de 3.044 empresas nos segmentos de Comércio, Serviços, Indústria, Estrutura e Construção.

Nesse sentido, atendendo o pleito da Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim (AEBA), o Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN) aplicou uma pesquisa para avaliar o sentimento dos empresários do Alecrim sobre a situação atual do bairro, identificando problemas e potencialidades de melhorias.

Com isso, pretende-se coletar informações que possam ser úteis na definição de ações e estratégias que visem solucionar os problemas enfrentados pela classe empresarial da localidade.

## 2. Aspectos Técnicos

O levantamento foi do tipo quantitativa, por amostragem, com aplicação de questionário estruturado e abordagem pessoal do tipo face a face. A metodologia utilizada consiste na aplicação de uma amostragem aleatória representativa do total de empresas situadas no bairro do Alecrim.

A pesquisa ouviu 732 (setecentos e trinta e dois) empresários do universo composto pelo total de empresas localizadas no bairro. A coleta dos dados ocorreu entre os dias 08 e 19 de outubro de 2018. O erro amostral máximo atingido é de 3% com intervalo de confiança de 95%. Isso significa que poderá ocorrer uma variação máxima para mais ou menos nos percentuais levantados dentro da citada margem de erro.

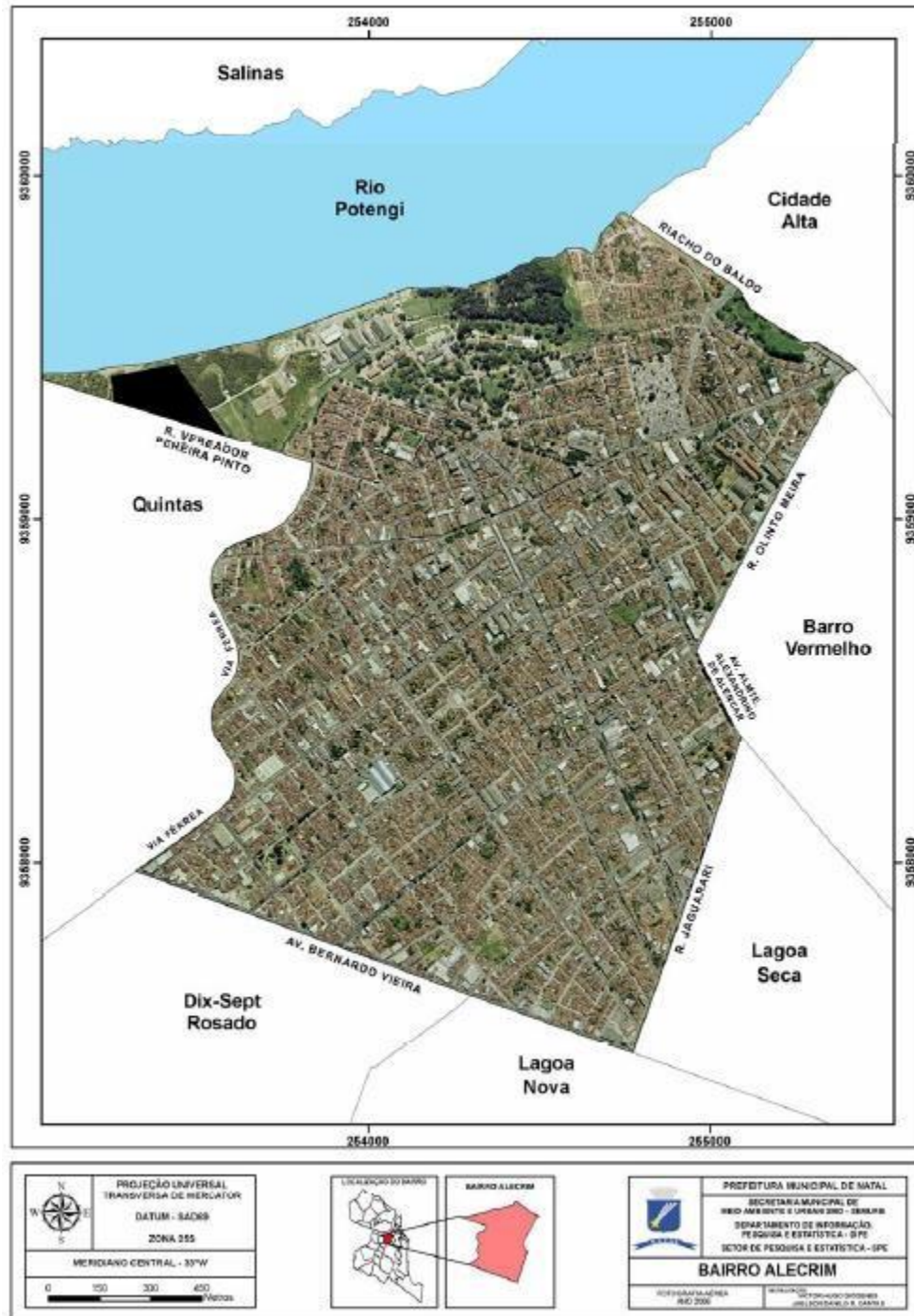
O questionário estruturado e padronizado constou de 20 (vinte) perguntas divididas entre fechadas, abertas e de múltiplas respostas. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Para a realização da pesquisa, utilizou-se uma equipe de entrevistadores contratados pelo IPDC da Fecomércio RN, com experiência nesse tipo de trabalho. Após os trabalhos de campo, os questionários foram submetidos a uma inspeção para verificação das respostas e da adequação dos entrevistadores aos parâmetros amostrais, essas medidas são adotadas para garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. A consistência dos dados foi verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

Para análise dos dados fez-se uso de planilhas eletrônicas e criação de tabelas codificadas dos dados complementares colhidos. Foram utilizadas técnicas estatísticas para a análise das informações coletados.

Por fim, foi feita uma apreciação de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que auxiliam a descrever a opinião dos entrevistados, através de interpretação de gráficos e tabelas.

**3. Mapa do Alecrim**



Fonte: SEMURB/NATAL-RN

## 4. Descrição geral dos resultados

### **Percepção quanto à presença dos ambulantes**

Na pesquisa, os empresários foram perguntados sobre a presença dos ambulantes, se a ocupação indevida a frente dos estabelecimentos prejudica as empresas. A maioria dos empresários (56,3%) entrevistados afirmou se sentir prejudicado com a presença dos ambulantes. Entretanto, 28,1% dos empresários ouvidos disseram que a presença dos trabalhadores informais em frente aos seus estabelecimentos não atrapalha os negócios. Outros 15,6% relataram ser indiferentes com relação à presença ou não dos ambulantes.

O índice dos que consideram prejudicial a presença dos ambulantes em frente aos estabelecimentos é maior entre homens (57,4%) do que mulheres (53,5%), e entre empresários acima de 65 anos (60,8%) do que jovens (56,4%). É maior também entre aqueles que têm maior nível de escolaridade, 73,1% dos entrevistados com pós-graduação são contrários à presença. A rejeição aos ambulantes aumenta para 87,5% entre os empresários de média empresa e cai para 46,2% entre os microempreendedores individuais (MEI). Percebe-se também que entre as empresas com faturamento anual acima de R\$ 3.600.000,00, o índice dos que se sentem prejudicados com a presença dos ambulantes é de 81,3%.

Para os que se sentem prejudicados, na opinião da grande maioria dos empresários, a solução mais viável seria realocar os ambulantes para um local adequado. Verificou-se que 93,9% dos empresários, que são contra a presença dos ambulantes em frente as lojas, disseram que a Prefeitura deveria retirar os ambulantes e encontrar um local adequado para os mesmos.

As outras ações foram pouco citadas, mas vale ressaltar que 3,2% dos empresários acham que os proprietários dos imóveis no Alecrim devem construir um box e alugar para os ambulantes (camelôs) com infraestrutura mínima de segurança e conforto, tanto para os ambulantes como para os compradores. 2,9% desejam que a Prefeitura deva fazer a remoção dos ambulantes e não permitir que ocupe outros locais públicos. 1,2% querem que a Prefeitura organize os ambulantes sem tira-los e 1% gostariam que eles fossem legalizados.

### **Percepção sobre o estacionamento rotativo**

Um dos principais problemas enfrentados pelos empresários do bairro do Alecrim é a falta de estacionamento para os clientes. É sabido que a situação atual dos estacionamentos no centro comercial é avaliada de forma negativa pelas pessoas que frequentam o local e pelos empresários do bairro. Assim, questionou-se os empresários sobre a criação de um estacionamento rotativo no bairro. Nesse sentido, a pesquisa constatou que oito em cada dez (81,3%) dos empresários entrevistados se pronunciaram a favor da implantação do estacionamento rotativo. Por outro lado, 14,5% se pronunciaram de forma contrária a essa medida e 4,2% são indiferentes quanto ao assunto.

Observa-se que a taxa de apoio a implantação do estacionamento rotativo é superior entre os empresários mais jovens (92,3% dos que tem idade de 18 a 24 anos, ante 60,8% entre os acima de 65 anos), e é mais alta entre as mulheres do que entre os homens (87,6% a 78,9%, respectivamente). Além disso, dos que aprovam a criação do estacionamento rotativo, são observadas taxas mais altas entre os microempreendedores individuais (84%) entrevistados e os que possuem faturamento anual de R\$ 1.800.001,00 até R\$ 2.400.000,00 (100%).

Ainda sobre a criação do estacionamento rotativo, 76,1% dos empresários ouvidos concordam que a implantação desse sistema irá contribuir positivamente nas vendas dos estabelecimentos, ao mesmo tempo que 13,4% alegaram que a medida não irá influenciar nas vendas das empresas e 10,5% são indiferentes acerca do assunto.

Observa-se também que o otimismo é maior entre os empresários com ensino superior (81,5% confiam no aumento nas vendas, contra 11,8% que entendem que não irá aumentar) e na faixa de idade de 25 a 34 anos (87,5% acreditam que irá alavancar as vendas, contra 7,9% que acham que não vai interferir). Entre as empresas de pequeno porte (EPP): 84,8% acham que as vendas irão aumentar com a implantação do estacionamento rotativo, 8,9% dizem que serão iguais e 6,3% são indiferentes. Já entre os que faturam anualmente de R\$ 1.800.001 até R\$ 2.400.000,00, o percentual dos que acreditam no aumento das vendas, com a implantação do estacionamento rotativo, é de 93,3%.

### **Dificuldades enfrentadas**

Conforme os dados da pesquisa, as principais dificuldades encontradas pelos empresários do bairro do Alecrim na condução das atividades do seu negócio, atualmente, dizem respeito à carga tributária enfrentada pelas empresas (50,7%), falta de crédito bancário (23,6%), competitividade (15%), problemas financeiros (14,5%), falta de mercado (14,5%), mão de obra pouco qualificada (7%), falta de estímulo (5,1%), local inadequado (2,7%), desconhecimento do mercado (2,5%), endividamento bancário (1,8%), estacionamento (1,8%), concorrência desleal (1,8%), falta de conhecimento gerencial (1,6%), crise econômica (1,6%), falta de segurança no bairro (1,4%), entre outros.

### **Capacitação e conhecimento**

Questionados sobre a área de atuação que considera importante para obter capacitação, 38,7% dos empresários consultados gostariam de aprimorar seus conhecimentos na área de gestão administrativa, pois com essa capacitação esperam compreender estratégias de como gerir melhor sua empresa. Em seguida aparece o marketing, 26,4%, visando melhorar a imagem da empresa, ampliar sua rede de relacionamentos e trabalhar a comunicação com clientes, parceiros e fornecedores. Logo após vem empreendedorismo (24,5%), para descobrir potencialidades e características, de acordo com seu perfil, para que desenvolvam melhor a ideia do negócio. Depois surgem as capacitações em finanças (23,4%), planejamento (17,2%), mídias sociais (11,7%), tecnologia (11,3%), varejo (10%), inovação (8,6%), logística (5,1%) e gestão ambiental (4,1%).

Os empresários pesquisados citaram formas de como as entidades representativas do setor podem contribuir para o desenvolvimento das empresas do bairro: 35% dos entrevistados disseram que as instituições podem contribuir através do oferecimento de capacitações e treinamentos. Em seguida são citados cursos (31,3%), bem como apoio ao crédito (27,7%) e também orientação empresarial (27,7%), que são encaradas como formas de contribuição para o desenvolvimento das empresas. O apoio na comercialização (10,8%) é outro fator considerado importante para a melhoria do desempenho empresarial, assim como consultoria (9,3%) e contribuição na melhoria de produtos e processos (3,1%). Os pontos relatados abrem um leque de possibilidades a ser trabalhada pela Associação.



### **Atuação da AEBA**

Para saber o nível de envolvimento dos empresários do bairro do Alecrim com a entidade representativa do setor, foi perguntado sobre o grau de importância da associação. Dessa forma, o resultado da pesquisa aponta que seis em cada dez (61,1%) dos entrevistados acreditam ser importante a empresa fazer parte de uma associação que represente o interesse dos empresários do bairro. 23,8% dos empresários não consideram importante esse tipo de associação e 15,2% veem como indiferente fazer parte ou não de uma associação. O percentual de importância é maior entre os empresários com 18 a 24 anos (74,4%) e com nível superior de ensino (68,7%). Cresce para 86,7% no grupo das grandes empresas. E também é superior à média geral entre os empresários que faturam mais de R\$ 3.600.000,00 (87,5%).

No que tange ao conhecimento relacionado à Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim (AEBA), apenas 8,6% dos empresários ouvidos confirmaram que conhecem as atividades da AEBA. 19,7% disseram que apenas ouviu falar, mas não conhecem as atividades exercidas pela associação. E, 71,7% afirmaram não conhecer nada sobre a Associação dos Empresários do bairro do Alecrim. O desconhecimento das atividades da AEBA é maior entre os empresários do sexo feminino (78,7%), mais jovens (87,2%), com ensino fundamental (76,6%), microempreendedores individuais (78,8%) e com faturamento anual de até R\$ 60.000,00 (78,3%).

Perguntou aos empresários o interesse deles em fazer parte da Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim (AEBA). Os dados revelam que a maioria (52,6%) dos empresários pesquisados não tem interesse em se associar a entidade representativa do setor. À medida que, aproximadamente, quatro em cada dez (41,4%) relataram interesse em fazer parte da Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim (AEBA). O interesse em fazer parte da entidade é maior entre as empresas de pequeno porte (EPP) e grandes empresas, 53,2% e 53,3%, respectivamente. Ao passo que entre os MEI e ME, o interesse em se associar cai para 40,1% e 39,4%, respectivamente. Além disso, verificou-se que o interesse em fazer parte da associação é alto nas empresas com faturamento de R\$ 1.800.001,00 até R\$ 2.400.000,00 (60%) e acima de R\$ 3.600.000,00 (56,3%). E cai para 36,9% nas empresas com faturamento anual entre R\$ 60.001,00 até R\$ 120.000,00.

Com relação aos motivos de não querer fazer parte da AEBA, as respostas mais mencionadas foram: a empresa não conhece a associação (32,6%); falta de tempo disponível para participar (12,9%); a empresa não quer assumir o custo da associação (11,6%); não percebe benefícios em estar associado (9%); não gosta de entidades representativas do setor (8,8%); acha desnecessário (6,2%); pouca atuação da associação (4,7%); não tem interesse algum em fazer parte (3,1%); empresa nunca recebeu visita da AEBA (1,6%), etc.

Atrair novos associados e oferecer um serviço de qualidade aos empresários são alguns dos desafios que as entidades representativas devem enfrentar. Para isso, é necessário desenvolver ações que viabilizem a proximidade com as empresas, a exemplo, realização de visitas dos gestores da entidade aos estabelecimentos, com a finalidade de identificar as necessidades e divulgar os produtos e serviços oferecidos pela associação, com isso irá garantir uma melhor perspectiva para todos que fazem parte do grupo associativo.

### **Ações para atrair associados**

No que se referem as ações que a AEBA poderia desenvolver para despertar o interesse dos empresários em se tornar sócio: 14,3% dos empresários gostariam que a entidade divulgasse mais os serviços e benefícios oferecidos para os associados; 13,5% querem que a associação resolva o problema da falta de estacionamentos no bairro; 8,7% desejam que a entidade disponibilize cursos, treinamentos e capacitações para os empresários do bairro; 7,9% solicitam mais segurança para as empresas do bairro; 5,6% cobram mais organização e planejamento para o bairro; 4,9% exigem mais reuniões para discutir assuntos de interesse das empresas; 4,8% pleiteiam investimento em propaganda das empresas do comércio do Alecrim; 4,5% querem mais visitas da AEBA as empresas do bairro; 4,2% esperam melhora na infraestrutura e modernização do bairro; 4,1% demandam que a associação ajude na redução de impostos e incentivos fiscais para os empresários; 4,1% reivindicam uma associação mais presente e atuante; 4% pedem que a associação ofereça benefícios e propostas de melhorias; 3,4% almejam uma facilitação na busca por crédito; 3,3% anseiam que associação atue mais para influenciar as decisões dos órgãos públicos sobre temas que impactam o setor; entre outras ações (ver tabela 4).

### **Avaliação do desempenho empresarial**

Medir o desempenho da empresa é um fator bastante importante para diagnosticar os pontos fortes e fracos durante um determinado período de tempo analisado. A partir destas informações, é possível identificar elementos a serem melhorados e acertos a serem aprimorados.

Sobre o desempenho das empresas do bairro do Alecrim nos últimos 12 meses, com relação aos itens que obtiveram variações positivas superiores as negativas, segundo avaliação dos empresários, destaque para inserção de novos produtos que alcançou 56,4% de avaliações positivas dos entrevistados. A qualidade dos produtos aparece logo a seguir, com 48,9% de avaliações positivas, seguido pela modernização da loja (47,7%).

Mais especificamente acerca dos itens que, em sua maior parte, receberam avaliações negativas, que inspiram cuidado e ação específica, quanto ao desempenho nos últimos 12 meses, o primeiro é o faturamento, no qual 48,2% dos empresários disseram que a variação desse item nos últimos 12 meses foi negativa. Em seguida na tabela aparece a produtividade, com 42,9% de respostas negativas; número de clientes, com 42,1%; e consumo de energia, com 38,5%.

Para 56,4% dos empresários entrevistados, o número de empregados permaneceu igual nos últimos 12 meses. Em 27,5% das empresas pesquisadas houve variação negativa no número de funcionários, e em 15,8% houve variação positiva.

### **Perfil do entrevistado e empreendimento**

Entre os empresários participantes da pesquisa, observou-se que 72,4% eram do gênero masculino, enquanto 27,6% eram do feminino. Quando analisada a faixa etária verificou-se que de 45 a 65 anos, correspondeu a 41,9% dos entrevistados. Evidência também, para 35 a 44 anos, com 25% das respostas, de 25 a 34 anos correspondeu a 20,8% dos empresários e a faixa acima de 65 anos foi responsável por 7% dos integrantes da pesquisa.

Em relação à escolaridade dos empresários, é possível perceber que a maioria cursou até o nível médio de ensino (57,1%). Cerca de 28,8% possuem ensino superior. Além disso, verificou-se que parte deles atingiu somente a etapa fundamental de escolarização (10,5%). Além disso, os empresários com pós-graduação somaram 3,6% dos entrevistados.

De acordo com a pesquisa, 30,6% dos estabelecimentos possuem entre 1 e 2 empregados; 15,4% entre 3 e 4; 8,7% entre 5 e 6; 6,4% entre 7 e 8; 3,6% entre 9 e 10; 1,9% entre 11 e 12; 1,5% entre 13 e 14; 1,6% entre 15 e 16; e 4,9% acima de 16 empregados. Vale destacar que 25,1% das empresas não possuíam funcionários.

A maior parte (56,8%) dos entrevistados afirmou que o estabelecimento se enquadra como microempreendedor (ME); 29% são microempreendedor individual (MEI), 10,8% se tratam de empresas de pequeno porte (EPP) e 3,1% dos entrevistados afirmaram que os estabelecimentos se enquadram como média ou grande empresa.

Acerca do faturamento das empresas, 29% afirmaram que faturam anualmente até R\$ 60.000,00; 21,9% disseram que estão entre R\$ 60.001,00 e R\$ 120.000,00; 15% responderam que faturam na faixa de R\$ 120.001,00 a R\$ 240.000,00. Outras 14,3% disseram que pertencem a faixa de R\$ 240.001,00 a R\$ 1.200.000,00; 4,4% de R\$ 1.200.001,00 a R\$ 1.800.000,00; 2% na faixa de R\$ 1.800.001,00 a R\$ 2.400.000,00; e 3% acima de R\$ 2.400.000,00. Nessa pergunta, 10,4% dos empresários consultados se recusaram a responder o faturamento anual das empresas.

Sobre a opção pelo simples, 66,4% dos empresários do bairro do Alecrim entrevistados disseram que aderiram a esse sistema, enquanto que 31,8% relataram que não. 1,8% não quiseram responder.

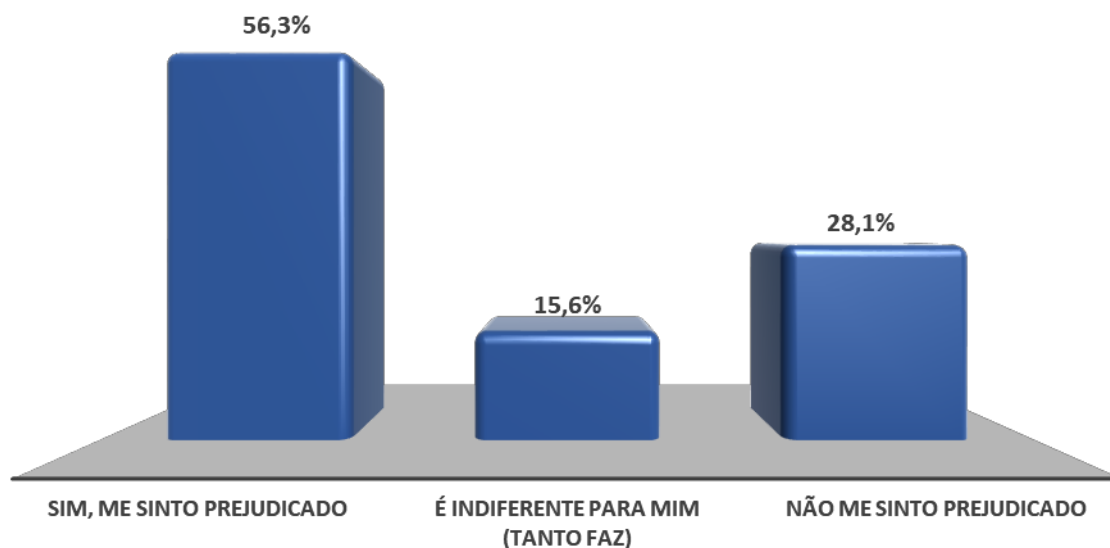
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

## 5. Análise Gráfica

### Percepção quanto a presença dos ambulantes

**Gráfico 1 – A sua empresa se sente (ou se sentiria) prejudicada com a presença dos ambulantes ocupando a frente de sua loja?**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 1 – Qual a melhor solução para resolver esse problema?**

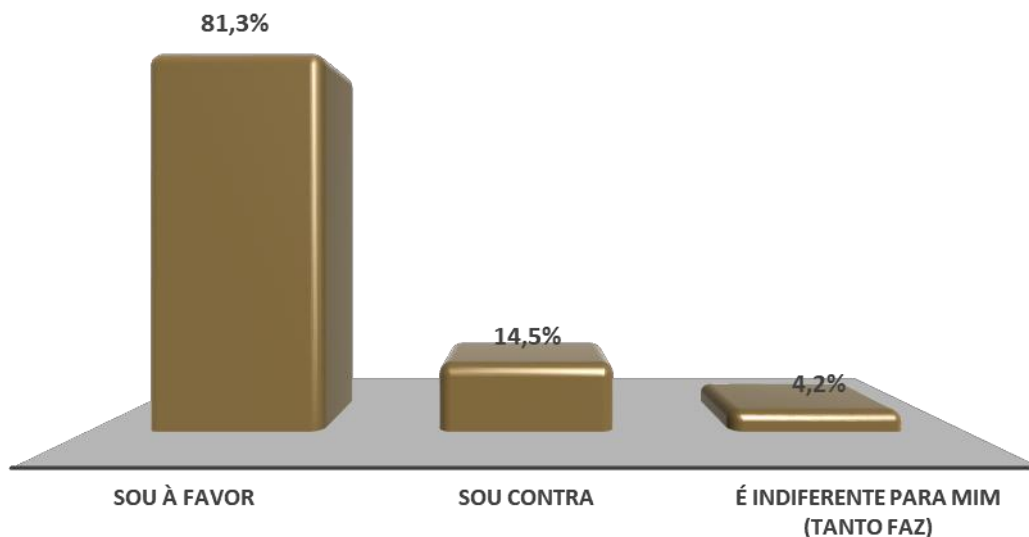
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
A Prefeitura deve fazer a remoção dos ambulantes e encontrar um local adequado	93,9%
Os proprietários dos imóveis no Alecrim devem construir um box e alugar para os ambulantes (camelôs) com infraestrutura mínima de segurança e conforto, tanto para os ambulantes como para os compradores	3,2%
A Prefeitura deve fazer a remoção dos ambulantes e não permitir que ocupe outros locais públicos	2,9%
Organizar os ambulantes	1,2%
Legalização	1,0%
Não sabe	0,2%
Colocar os ambulantes nas praças	0,2%
Os ambulantes deveriam alugar os prédios que estão desocupados	0,2%
Política ambiental	0,2%

*Percepção sobre estacionamento rotativo*

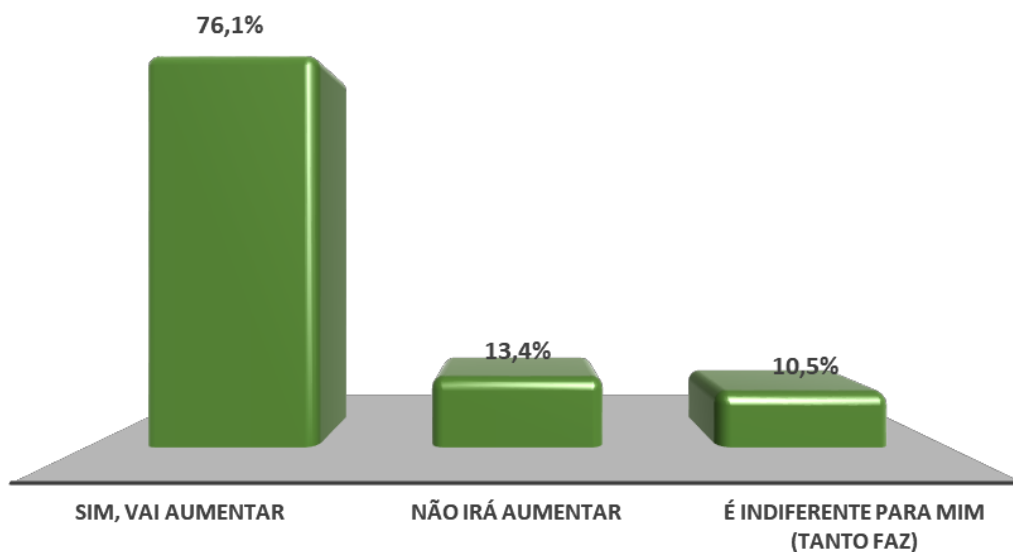
**Gráfico 2 – O (A) senhor (a) é a favor ou contra a criação de estacionamento rotativo no bairro do Alecrim?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 3 – O (A) senhor (a) acha que a criação de um estacionamento rotativo no bairro do Alecrim irá contribuir para aumentar suas vendas?**

Fonte: Fecomércio RN



### *Dificuldades enfrentadas*

**Tabela 2 – Quais as principais dificuldades encontradas na condução das atividades da sua empresa atualmente:**

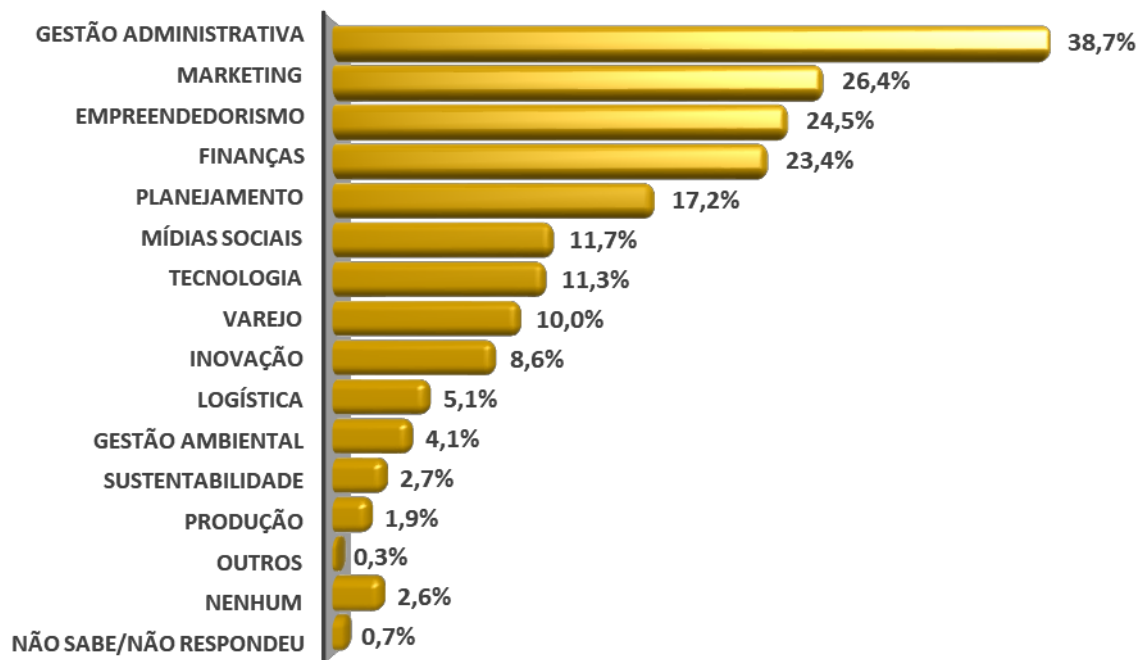
Fonte: Fecomércio RN

<b>Rótulos de Linha</b>	<b>%</b>
<b>Carga tributária elevada</b>	<b>50,7%</b>
<b>Falta de crédito bancário</b>	<b>23,6%</b>
<b>Competitividade</b>	<b>15,0%</b>
<b>Problemas financeiros</b>	<b>14,5%</b>
<b>Falta de mercado</b>	<b>14,5%</b>
<b>Mão-de-obra pouco qualificada</b>	<b>7,0%</b>
<b>Falta de estímulo</b>	<b>5,1%</b>
<b>Ponto/Local inadequado</b>	<b>2,7%</b>
<b>Desconhecimento do mercado</b>	<b>2,5%</b>
<b>Endividamento bancário</b>	<b>1,8%</b>
<b>Estacionamento</b>	<b>1,8%</b>
<b>Informalidade/ Falta de fiscalização/Sonegação fiscal</b>	<b>1,8%</b>
<b>Falta de conhecimentos gerenciais</b>	<b>1,6%</b>
<b>Crise econômica</b>	<b>1,6%</b>
<b>Segurança</b>	<b>1,4%</b>
<b>Equipamentos obsoletos</b>	<b>1,0%</b>
<b>Instalações inadequadas</b>	<b>0,7%</b>
<b>Custos</b>	<b>0,7%</b>
<b>Não sabe</b>	<b>0,5%</b>
<b>Fornecedores</b>	<b>0,5%</b>
<b>Infraestrutura/Saneamento/Urbanização do bairro</b>	<b>0,4%</b>
<b>Falta de produtos</b>	<b>0,4%</b>
<b>Juros</b>	<b>0,4%</b>
<b>Burocracia</b>	<b>0,3%</b>
<b>Feira livre</b>	<b>0,3%</b>
<b>Outros</b>	<b>1,2%</b>
<b>Nenhum</b>	<b>4,0%</b>

*Capacitação e conhecimento*

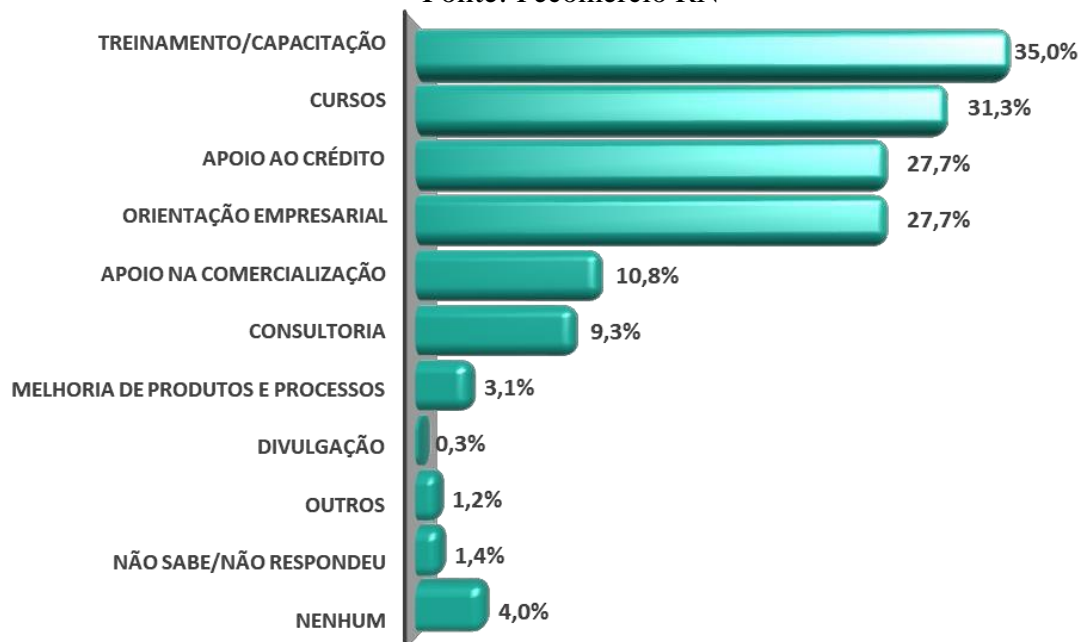
**Gráfico 4 – Quais áreas do conhecimento são importantes para obter capacitação?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 5 – Como o Sebrae RN e a AEBA pode contribuir para o desenvolvimento de sua empresa?**

Fonte: Fecomércio RN

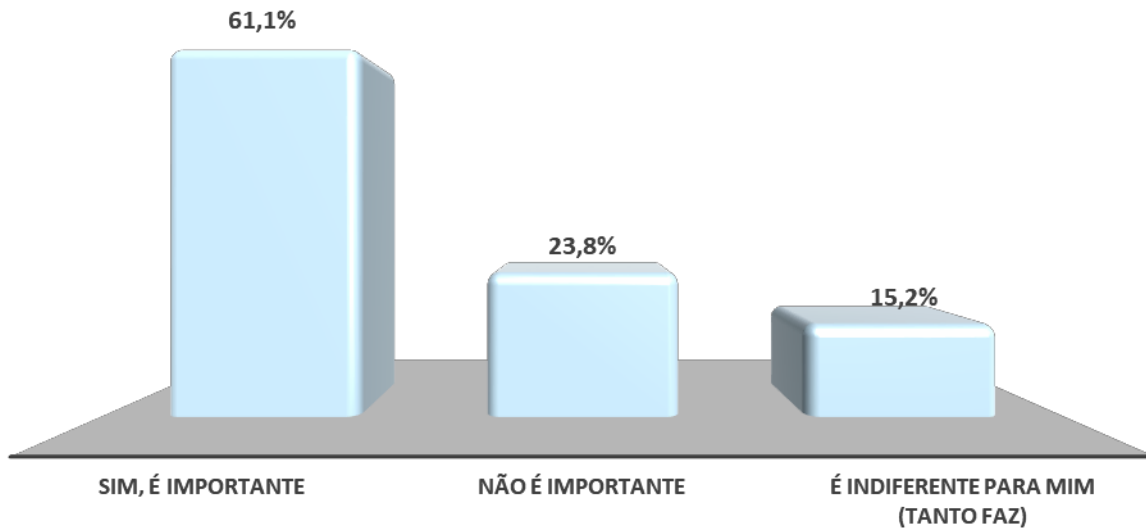




*Atuação da AEBA*

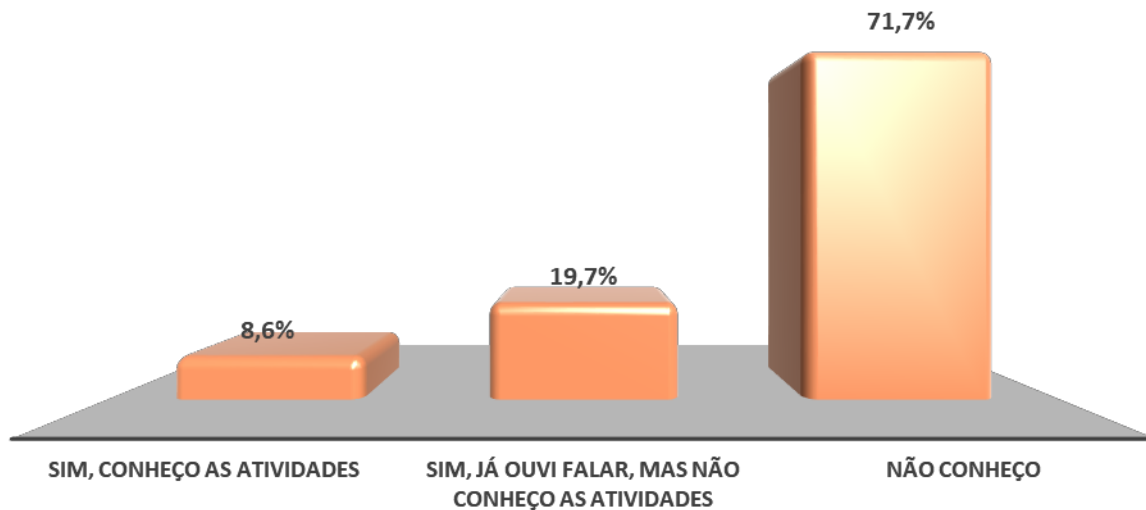
**Gráfico 6 – O (A) senhor (a) acha importante fazer parte de uma associação que represente o interesse dos empresários do bairro do Alecrim?**

Fonte: Fecomércio RN



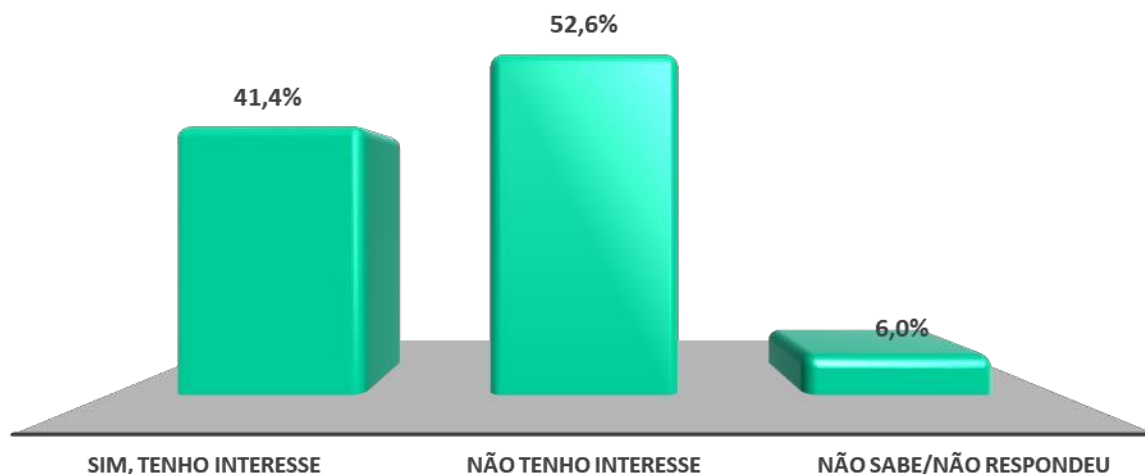
**Gráfico 7 – Já ouviu falar da AEBA (Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim)?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 8 – Tem interesse em fazer parte da AEBA (Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim)?**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 3 – Porque não interesse em fazer parte da AEBA (Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim)?**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Não conhece	32,6%
Tempo	12,9%
Custo da associação	11,6%
Não tem benefícios	9,0%
Não gosta	8,8%
Desnecessário	6,2%
Pouca Atuação	4,7%
Não tem interesse	3,1%
Não visita as empresas	1,6%
Já faz parte	1,0%
Vai fechar	1,0%
Empresa Pequena	1,0%
Falta de motivação	0,8%
Problemas pessoais	0,8%
Falta credibilidade	0,5%
Falta de organização	0,5%
Localização	0,3%
Momento econômico	0,3%
Nunca ouviu falar	0,3%
Não respondeu/indiferente	3,1%

### *Ações para atrair associados*

**Tabela 4 – Que tipo de ações a Associação dos Empresários do Alecrim poderia desenvolver para que o (a) senhor (a) se torne sócio da AEBA?**

Fonte: Fecomércio RN

<b>Rótulos de Linha</b>	<b>%</b>		
Divulgação dos serviços/benefícios	14,3%	Já é sócio	1,1%
Estacionamento	13,5%	Orientação empresarial	1,0%
Cursos/Treinamentos/Capacitação	8,7%	Convites	0,7%
Segurança	7,9%	Fornecedores	0,5%
Organização/Planejamento geral do bairro	5,6%	Gestão empresarial	0,5%
Reuniões/Participação dos empresários	4,9%	Área de lazer	0,4%
Propaganda das empresas do bairro	4,8%	Consultoria/Assessoria empresarial	0,4%
Visitação	4,5%	Não tem interesse	0,4%
Infraestrutura/Revitalização/Acessibilidade	4,2%	Padronizar valores do que é comercializado	0,4%
Reduzir impostos/Incentivo fiscal	4,1%	Regularizar ambulantes	0,4%
Presente e Atuante	4,1%	Ações sociais	0,3%
Oferecer Benefícios e propostas	4,0%	Acesso a Pousadas/Hotéis	0,3%
Disponibilizar crédito	3,4%	Banheiros	0,3%
Atuação junto aos órgãos públicos	3,3%	Prestação de contas	0,3%
Limpeza pública	2,9%	Regularizar relações da SEMURB com os empresários	0,3%
Defender os interesses dos empresários	2,3%	Site	0,3%
Palestras/Eventos	2,3%	Atendimento	0,1%
Melhoria do trânsito e vias	2,0%	Credibilidade	0,1%
Apoio aos empresários	1,9%	Deixar de ser política	0,1%
Parcerias/Convênios	1,8%	Design	0,1%
Fiscalização	1,6%	Mão de obra qualificada	0,1%
Associar sem custo/Baixo custo	1,4%	Monitoramento	0,1%
Ações para atrair clientes	1,2%	Pesquisas de Satisfação	0,1%
Remoção dos ambulantes	1,2%	Retirar Flanelinhas	0,1%
Iluminação pública	1,1%	Nenhum	6,1%
		Não sabe	17,2%
		Não respondeu	1,1%

### *Avaliação do desempenho empresarial*

**Tabela 5 – Considerando os últimos 12 meses, indique se houve variação na sua empresa**

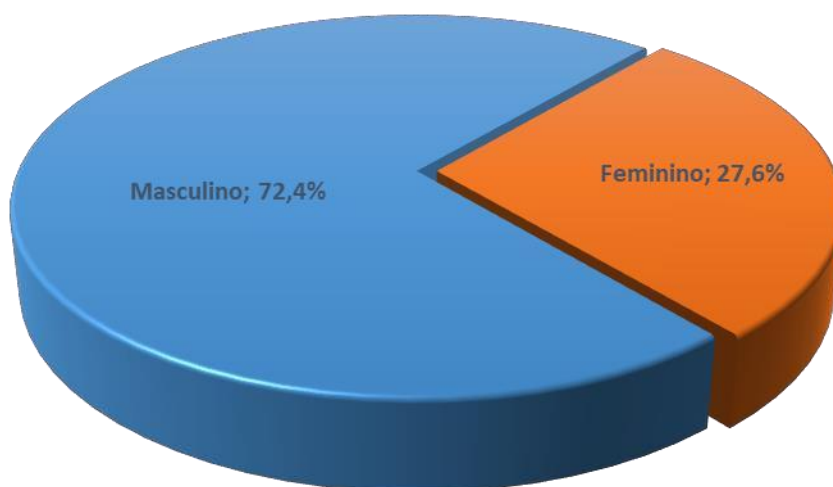
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Positiva	Negativa	Igual	Não respondeu
Número de empregados	15,8%	27,5%	56,4%	0,3%
Faturamento	22,1%	48,2%	29,1%	0,5%
Produtividade	25,7%	42,9%	30,3%	1,1%
Número de clientes	28,4%	42,1%	29,2%	0,3%
Desperdício	22,4%	27,5%	45,5%	4,6%
Custos de Produção	22,4%	27,5%	45,5%	4,6%
Qualidade dos produtos e serviços	48,9%	4,0%	45,8%	1,4%
Consumo de energia	30,1%	38,5%	30,5%	1,0%
Modernização da empresa	47,7%	8,3%	43,2%	0,8%
Inserção de novos produtos	56,4%	9,6%	33,5%	0,5%

### *Perfil dos entrevistados e empreendimentos*

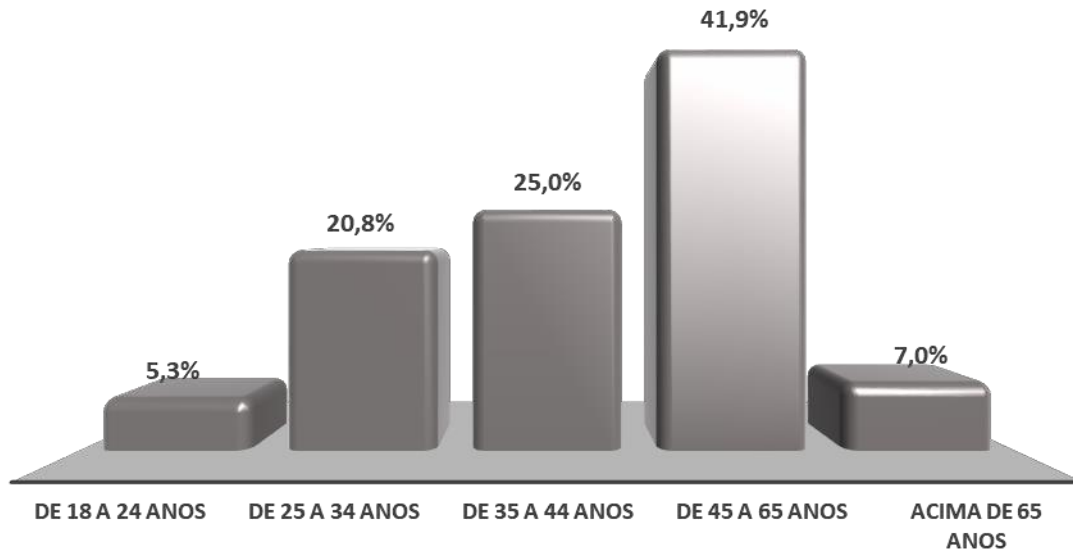
**Gráfico 9 – Sexo**

Fonte: Fecomércio RN



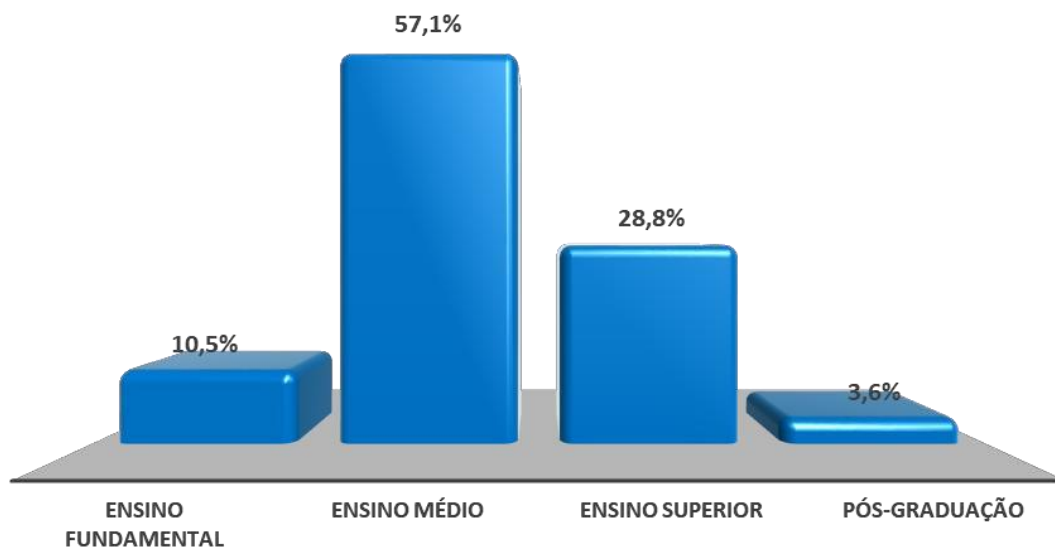
**Gráfico 10 – Faixa etária**

Fonte: Fecomércio RN



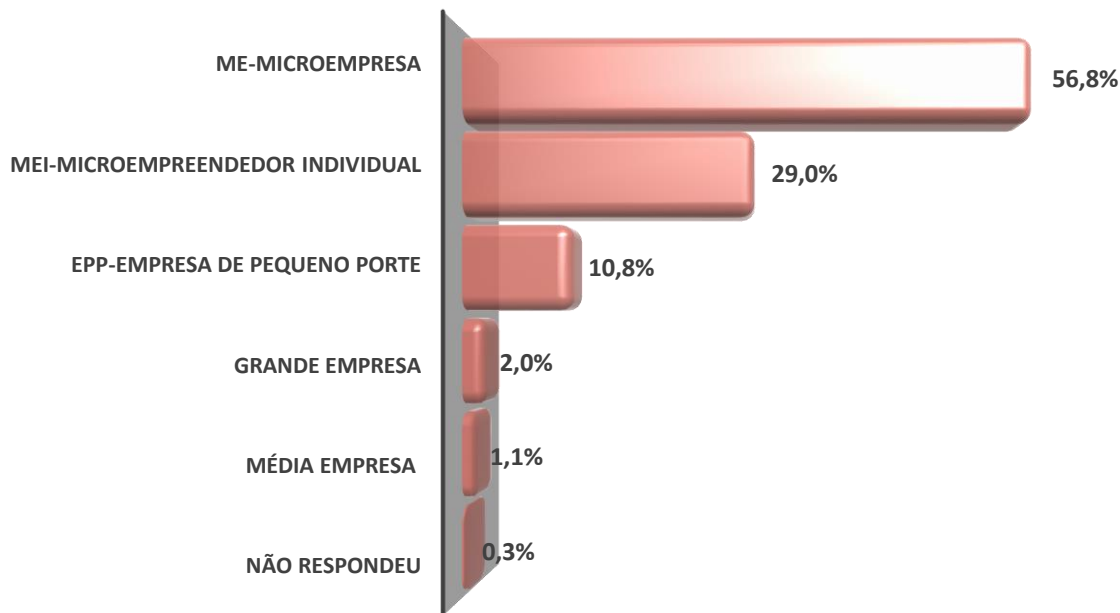
**Gráfico 11 – Escolaridade**

Fonte: Fecomércio RN



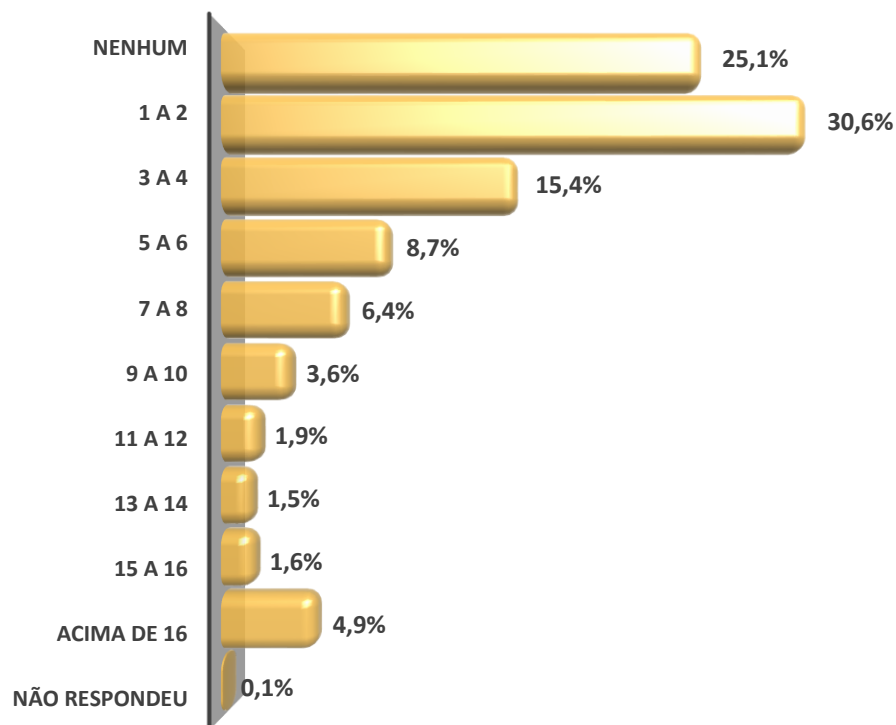
**Gráfico 12 – Perfil da empresa**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 13 – Número de empregados**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 6 – Tipo do empreendimento**

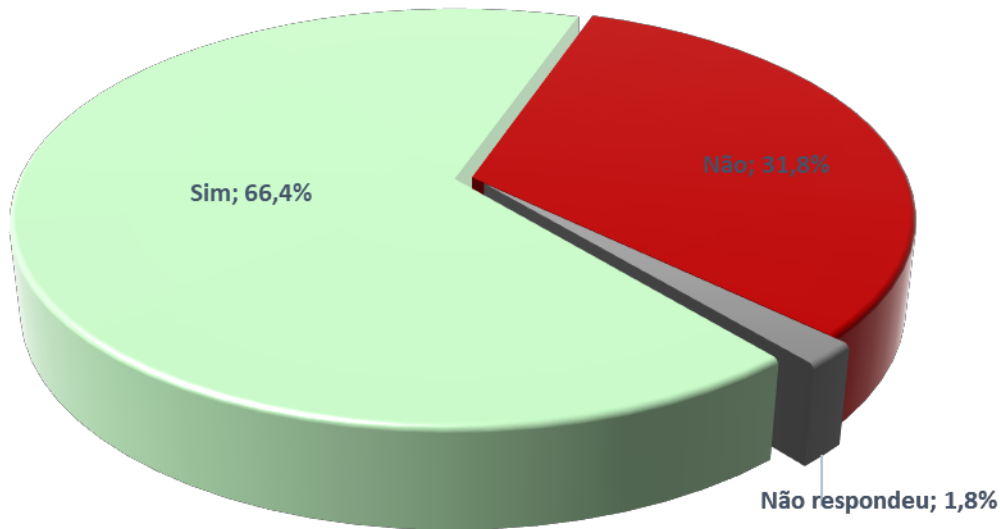
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	6,9%
Calçados	2,5%
Tecidos	1,8%
Óticas	4,0%
Supermercados	0,8%
Mercadinho/Mercearias/Panificadoras	5,7%
Móveis e decoração	6,3%
Lojas de utilidades domésticas	4,5%
Farmácias e perfumarias	1,9%
Concessionaria de veículos	3,1%
Autopeças e acessórios	10,4%
Combustíveis e lubrificantes	0,8%
Material de construção	5,0%
Academia	0,4%
Acessórios	1,1%
Açougue	0,3%
Agropecuária	0,5%
Artefatos	0,5%
Artesanato	1,1%
Artigos para estofados	0,1%
Artigos para festas	0,5%
Artigos para viagens, malas, bolsas	0,1%
Artigos religiosos	0,3%
Atacado	0,1%
Auxílio ao crédito	0,1%
Bijuterias, Brinquedos e Variedades	0,8%
Borracharia	0,1%
Cama, mesa e banho	0,8%
Casa de redes	0,1%
Cerealista	0,1%
Cine-Foto-Som	1,2%

Comércio e Serviço de Eletrodoméstico em geral	0,3%
Comunicação Visual	0,8%
Confeitaria	0,1%
Cosméticos	0,1%
Costuras	0,1%
Descartáveis/Plásticos/Embalagens	2,2%
Distribuidora	0,8%
Eletrônicos	5,7%
Joalheira	0,5%
Flores e Decorações	0,4%
Imobiliária	0,1%
Indústria	1,2%
Informática	0,5%
Instrumentos musicais	0,5%
Lanchonetes	0,4%
Lingerie	0,1%
Livraria e papelaria	1,5%
Manutenção	0,7%
Peças Rolamentos	0,3%
Pet Shop	0,4%
Produtos regionais e naturais	0,8%
Reciclagem	0,1%
Refrigeração	1,8%
Relojoaria	0,5%
Restaurantes	3,1%
Revendas de equipamentos	0,1%
Serviços	12,5%
Sinucas	0,1%
Sorveteria	0,1%
Telecom/Segurança	0,3%
Variedades	0,7%
Vidraçaria	0,4%

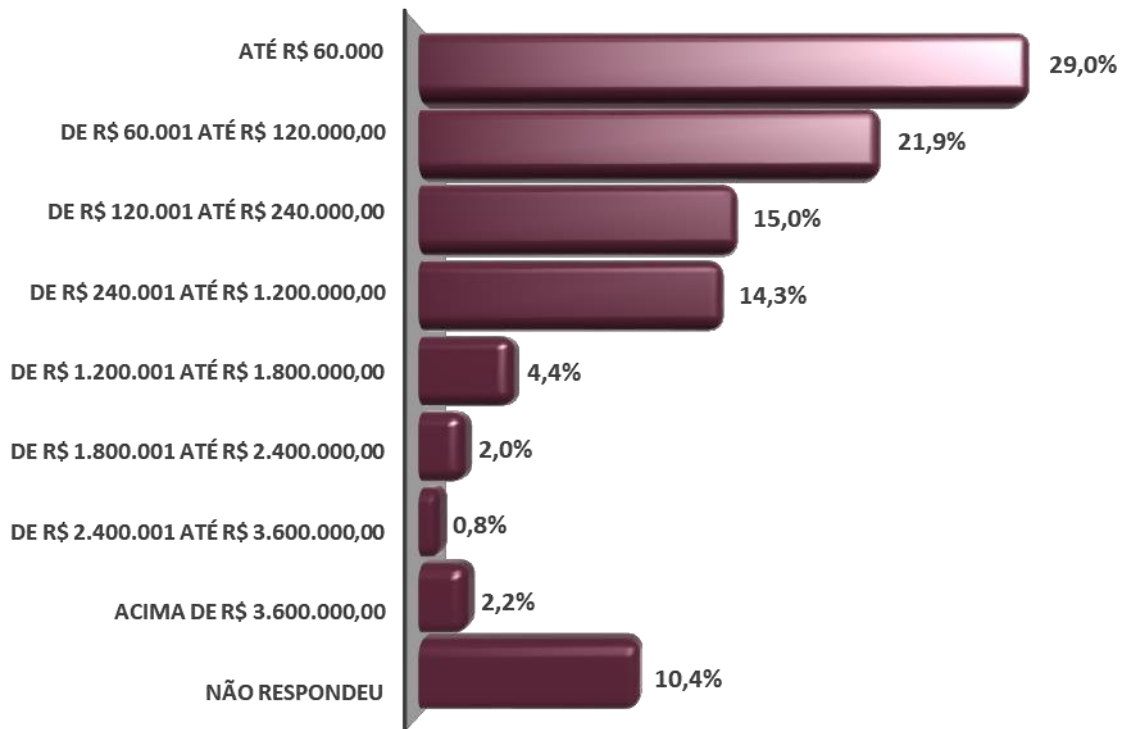
**Gráfico 14 – Optante do simples?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 15 – Faturamento Anual**

Fonte: Fecomércio RN





## 6. Estratificação da amostra

*Tabela 7 – Percepção sobre a presença dos ambulantes em relação ao sexo, faixa etária e escolaridade dos empresários entrevistados*

Perfil do entrevistado Rótulos de Linha	Sexo		Faixa Etária					Escolaridade			
	Masculino	Feminino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação
Sim, me sinto prejudicado	57,4%	53,5%	56,4%	56,6%	51,4%	58,3%	60,8%	51,9%	52,2%	64,0%	73,1%
É indiferente para mim (tanto faz)	15,8%	14,9%	12,8%	19,1%	15,3%	15,0%	11,8%	16,9%	17,2%	11,8%	15,4%
Não me sinto prejudicado	26,8%	31,7%	30,8%	24,3%	33,3%	26,7%	27,5%	31,2%	30,6%	24,2%	11,5%

*Tabela 8 – Percepção sobre a presença dos ambulantes em relação ao porte da empresa e se o estabelecimento é optante do Simples*

Perfil Empresa Rótulos de Linha	Porte da Empresa						Optante do Simples		
	MEI- Microempreendedor Individual	ME- Microempresa	EPP- Empresa de Pequeno Porte	Média Empresa	Grande Empresa	Não respondeu	Sim	Não	Não respondeu
Sim, me sinto prejudicado	46,2%	58,9%	65,8%	87,5%	60,0%	50,0%	58,8%	49,8%	76,9%
É indiferente para mim (tanto faz)	18,9%	15,4%	11,4%	12,5%	0,0%	0,0%	14,0%	19,7%	0,0%
Não me sinto prejudicado	34,9%	25,7%	22,8%	0,0%	40,0%	50,0%	27,2%	30,5%	23,1%

**Tabela 9 – Percepção sobre a presença dos ambulantes em relação ao faturamento anual dos estabelecimentos**

Perfil Empresa	Faturamento									
	Rótulos de Linha	Até R\$ 60.000	De R\$ 60.001 até R\$ 120.000,00	De R\$ 120.001 até R\$ 240.000,00	De R\$ 240.001 até R\$ 1.200.000,00	De R\$ 1.200.001 até R\$ 1.800.000,00	De R\$ 1.800.001 até R\$ 2.400.000,00	De R\$ 2.400.001 até R\$ 3.600.000,00	Acima de R\$ 3.600.000,00	Não respondeu
Sim, me sinto prejudicado		52,8%	50,0%	60,0%	58,1%	71,9%	73,3%	50,0%	81,3%	56,6%
É indiferente para mim (tanto faz)		9,0%	20,6%	20,0%	10,5%	12,5%	6,7%	33,3%	6,3%	27,6%
Não me sinto prejudicado		38,2%	29,4%	20,0%	31,4%	15,6%	20,0%	16,7%	12,5%	15,8%

**Tabela 10 – Percepção sobre a criação do estacionamento rotativo em relação ao sexo, faixa etária e escolaridade dos empresários entrevistados**

Perfil do entrevistado	Sexo		Faixa Etária					Escolaridade				
	Rótulos de Linha	Masculino	Feminino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação
Sou à favor		78,9%	87,6%	92,3%	87,5%	80,3%	80,8%	60,8%	71,4%	82,8%	82,5%	76,9%
Sou contra		16,4%	9,4%	2,6%	9,2%	15,8%	16,0%	25,5%	19,5%	14,1%	12,8%	19,2%
É indiferente para mim (tanto faz)		4,7%	3,0%	5,1%	3,3%	3,8%	3,3%	13,7%	9,1%	3,1%	4,7%	3,8%

**Tabela 11 – Percepção sobre a criação do estacionamento rotativo em relação ao porte da empresa e se o estabelecimento é optante do Simples**

Perfil Empresa	Porte da Empresa						Optante do Simples			
	Rótulos de Linha	MEI-Microempreendedor Individual	ME-Microempresa	EPP-Empresa de Pequeno Porte	Média Empresa	Grande Empresa	Não respondeu	Sim	Não	Não respondeu
Sou à favor		84,0%	80,3%	82,3%	62,5%	73,3%	100,0%	81,1%	81,1%	92,3%
Sou contra		11,3%	15,9%	12,7%	25,0%	26,7%	0,0%	14,6%	15,0%	0,0%
É indiferente para mim (tanto faz)		4,7%	3,8%	5,1%	12,5%	0,0%	0,0%	4,3%	3,9%	7,7%

**Tabela 12 – Percepção sobre a criação do estacionamento rotativo em relação ao faturamento anual dos estabelecimentos**

Perfil Empresa	Faturamento									
	Rótulos de Linha	Até R\$ 60.000	De R\$ 60.001 até R\$ 120.000,00	De R\$ 120.001 até R\$ 240.000,00	De R\$ 240.001 até R\$ 1.200.000,00	De R\$ 1.200.001 até R\$ 1.800.000,00	De R\$ 1.800.001 até R\$ 2.400.000,00	De R\$ 2.400.001 até R\$ 3.600.000,00	Acima de R\$ 3.600.000,00	Não respondeu
	Sou à favor	78,3%	82,5%	87,3%	79,0%	84,4%	100,0%	83,3%	62,5%	80,3%
Sou contra	15,1%	13,1%	10,0%	18,1%	15,6%	0,0%	16,7%	25,0%	17,1%	
É indiferente para mim (tanto faz)	6,6%	4,4%	2,7%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	2,6%	

**Tabela 13 – Percepção sobre o aumento das vendas com a criação do estacionamento rotativo em relação ao sexo, faixa etária e escolaridade dos empresários entrevistados**

Perfil do entrevistado	Sexo		Faixa Etária					Escolaridade				
	Rótulos de Linha	Masculino	Feminino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação
Sim, vai aumentar		73,0%	84,2%	82,1%	87,5%	76,0%	73,6%	52,9%	66,2%	75,1%	81,5%	76,9%
Não irá aumentar		14,2%	11,4%	5,1%	7,9%	15,3%	15,6%	15,7%	14,3%	14,1%	11,8%	11,5%
É indiferente para mim (tanto faz)		12,8%	4,5%	12,8%	4,6%	8,7%	10,7%	31,4%	19,5%	10,8%	6,6%	11,5%

**Tabela 14 – Percepção sobre o aumento das vendas com a criação do estacionamento rotativo em relação ao porte da empresa e se o estabelecimento é optante do Simples**

Perfil Empresa	Porte da Empresa						Optante do Simples			
	Rótulos de Linha	MEI-Microempreendedor Individual	ME-Microempresa	EPP-Empresa de Pequeno Porte	Média Empresa	Grande Empresa	Não respondeu	Sim	Não	Não respondeu
Sim, vai aumentar		73,6%	76,4%	84,8%	37,5%	73,3%	100,0%	77,0%	73,4%	92,3%
Não irá aumentar		14,2%	13,5%	8,9%	25,0%	20,0%	0,0%	13,0%	15,0%	0,0%
É indiferente para mim (tanto faz)		12,3%	10,1%	6,3%	37,5%	6,7%	0,0%	10,1%	11,6%	7,7%

**Tabela 15 – Percepção sobre o aumento das vendas com a criação do estacionamento rotativo em relação ao faturamento anual dos estabelecimentos**

Perfil Empresa	Faturamento								
	Rótulos de Linha	Até R\$ 60.000	De R\$ 60.001 até R\$ 120.000,00	De R\$ 120.001 até R\$ 240.000,00	De R\$ 240.001 até R\$ 1.200.000,00	De R\$ 1.200.001 até R\$ 1.800.000,00	De R\$ 1.800.001 até R\$ 2.400.000,00	De R\$ 2.400.001 até R\$ 3.600.000,00	Acima de R\$ 3.600.000,00
Sim, vai aumentar	67,9%	77,5%	86,4%	71,4%	84,4%	93,3%	83,3%	68,8%	81,6%
Não irá aumentar	16,5%	12,5%	6,4%	22,9%	9,4%	0,0%	0,0%	12,5%	9,2%
É indiferente para mim (tanto faz)	15,6%	10,0%	7,3%	5,7%	6,3%	6,7%	16,7%	18,8%	9,2%

**Tabela 16 – Percepção sobre a importância de uma associação representativa do setor em relação ao sexo, faixa etária e escolaridade dos empresários entrevistados**

Perfil do entrevistado	Sexo		Faixa Etária					Escolaridade			
	Rótulos de Linha	Masculino	Feminino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior
Sim, é importante	58,5%	67,8%	74,4%	67,1%	61,2%	60,3%	37,3%	45,5%	59,8%	68,7%	65,4%
Não é importante	25,8%	18,3%	17,9%	15,1%	23,0%	26,7%	39,2%	32,5%	25,1%	18,0%	23,1%
É indiferente para mim (tanto faz)	15,7%	13,9%	7,7%	17,8%	15,8%	13,0%	23,5%	22,1%	15,1%	13,3%	11,5%

**Tabela 17 – Percepção sobre a importância de uma associação representativa do setor em relação ao porte da empresa e se o estabelecimento é optante do Simples**

Perfil Empresa	Porte da Empresa						Optante do Simples		
	Rótulos de Linha	MEI-Microempreendedor Individual	ME-Microempresa	EPP-Empresa de Pequeno Porte	Média Empresa	Grande Empresa	Não respondeu	Sim	Não
Sim, é importante	59,0%	58,9%	73,4%	50,0%	86,7%	100,0%	61,5%	60,1%	61,5%
Não é importante	27,4%	24,0%	16,5%	12,5%	13,3%	0,0%	23,5%	24,5%	23,1%
É indiferente para mim (tanto faz)	13,7%	17,1%	10,1%	37,5%	0,0%	0,0%	15,0%	15,5%	15,4%

**Tabela 18 – Percepção sobre a importância de uma associação representativa do setor em relação ao faturamento anual dos estabelecimentos**

Perfil Empresa	Faturamento									
	Rótulos de Linha	Até R\$ 60.000	De R\$ 60.001 até R\$ 120.000,00	De R\$ 120.001 até R\$ 240.000,00	De R\$ 240.001 até R\$ 1.200.000,00	De R\$ 1.200.001 até R\$ 1.800.000,00	De R\$ 1.800.001 até R\$ 2.400.000,00	De R\$ 2.400.001 até R\$ 3.600.000,00	Acima de R\$ 3.600.000,00	Não respondeu
Sim, é importante		63,2%	60,0%	63,6%	60,0%	75,0%	73,3%	50,0%	87,5%	42,1%
Não é importante		25,5%	26,9%	20,0%	22,9%	12,5%	6,7%	16,7%	6,3%	31,6%
É indiferente para mim (tanto faz)		11,3%	13,1%	16,4%	17,1%	12,5%	20,0%	33,3%	6,3%	26,3%

**Tabela 19 – Nível de conhecimento da AEBA em relação ao sexo, faixa etária e escolaridade dos empresários entrevistados**

Perfil do entrevistado	Sexo		Faixa Etária					Escolaridade				
	Rótulos de Linha	Masculino	Feminino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação
Sim, conheço as atividades		9,8%	5,4%	5,1%	3,9%	7,1%	12,1%	9,8%	5,2%	6,0%	14,2%	15,4%
Sim, já ouvi falar, mas não conheço as atividades		21,1%	15,8%	7,7%	15,8%	16,9%	22,8%	31,4%	18,2%	18,7%	21,3%	26,9%
Não conheço		69,1%	78,7%	87,2%	80,3%	76,0%	65,1%	58,8%	76,6%	75,4%	64,5%	57,7%

**Tabela 20 – Nível de conhecimento da AEBA em relação ao porte da empresa e se o estabelecimento é optante do Simples**

Perfil Empresa	Porte da Empresa						Optante do Simples			
	Rótulos de Linha	MEI- Microempreendedor Individual	ME- Microempresa	EPP-Empresa de Pequeno Porte	Média Empresa	Grande Empresa	Não respondeu	Sim	Não	Não respondeu
Sim, conheço as atividades		2,8%	8,4%	24,1%	25,0%	6,7%	0,0%	10,1%	5,6%	7,7%
Sim, já ouvi falar, mas não conheço as atividades		18,4%	20,0%	17,7%	25,0%	33,3%	50,0%	21,8%	16,3%	0,0%
Não conheço		78,8%	71,6%	58,2%	50,0%	60,0%	50,0%	68,1%	78,1%	92,3%

**Tabela 21 – Nível de conhecimento da AEBA em relação ao faturamento anual dos estabelecimentos**

Perfil Empresa	Faturamento									
	Rótulos de Linha	Até R\$ 60.000	De R\$ 60.001 até R\$ 120.000,00	De R\$ 120.001 até R\$ 240.000,00	De R\$ 240.001 até R\$ 1.200.000,00	De R\$ 1.200.001 até R\$ 1.800.000,00	De R\$ 1.800.001 até R\$ 2.400.000,00	De R\$ 2.400.001 até R\$ 3.600.000,00	Acima de R\$ 3.600.000,00	Não respondeu
Sim, conheço as atividades		3,3%	6,9%	10,9%	8,6%	21,9%	26,7%	0,0%	25,0%	11,8%
Sim, já ouvi falar, mas não conheço as atividades		18,4%	20,0%	15,5%	23,8%	21,9%	13,3%	16,7%	18,8%	23,7%
Não conheço		78,3%	73,1%	73,6%	67,6%	56,3%	60,0%	83,3%	56,3%	64,5%

**Tabela 22 – Interesse em fazer parte da AEBA em relação ao sexo, faixa etária e escolaridade dos empresários entrevistados**

Perfil do entrevistado	Sexo		Faixa Etária					Escolaridade				
	Rótulos de Linha	Masculino	Feminino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação
Sim, tenho interesse		41,1%	42,1%	53,8%	43,4%	45,9%	39,7%	27,3%	40,2%	48,8%	42,3%	41,4%
Não tenho interesse		53,8%	52,5%	43,6%	49,3%	46,4%	56,4%	72,7%	54,5%	44,5%	50,0%	53,4%
Não respondeu		5,1%	5,4%	2,6%	7,2%	7,7%	3,9%	0,0%	5,3%	6,6%	7,7%	5,2%

*Tabela 23 – Interesse em fazer parte da AEBA em relação ao porte da empresa e se o estabelecimento é optante do Simples*

Perfil Empresa	Porte da Empresa						Optante do Simples			
	Rótulos de Linha	MEI- Microempreendedor Individual	ME- Microempresa	EPP-Empresa de Pequeno Porte	Média Empresa	Grande Empresa	Não respondeu	Sim	Não	Não respondeu
Sim, tenho interesse		40,1%	39,4%	53,2%	25,0%	53,3%	100,0%	43,8%	36,5%	38,5%
Não tenho interesse		57,1%	55,0%	38,0%	75,0%	33,3%	0,0%	51,6%	57,5%	46,2%
Não respondeu		2,8%	5,5%	8,9%	0,0%	13,3%	0,0%	4,5%	6,0%	15,4%

*Tabela 24 – Interesse em fazer parte da AEBA em relação ao faturamento anual dos estabelecimentos*

Perfil Empresa	Faturamento									
	Rótulos de Linha	Até R\$ 60.000	De R\$ 60.001 até R\$ 120.000,00	De R\$ 120.001 até R\$ 240.000,00	De R\$ 240.001 até R\$ 1.200.000,00	De R\$ 1.200.001 até R\$ 1.800.000,00	De R\$ 1.800.001 até R\$ 2.400.000,00	De R\$ 2.400.001 até R\$ 3.600.000,00	Acima de R\$ 3.600.000,00	Não respondeu
Sim, tenho interesse		45,3%	36,9%	43,6%	43,8%	53,1%	60,0%	33,3%	56,3%	22,4%
Não tenho interesse		53,8%	57,5%	50,9%	51,4%	34,4%	33,3%	50,0%	37,5%	65,8%
Não respondeu		0,9%	5,6%	5,5%	4,8%	12,5%	6,7%	16,7%	6,3%	11,8%

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO  
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,  
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

*Jaime Mariz de Faria Júnior*  
**Diretor Executivo**

**EQUIPE DE PESQUISA**

*Tiago Chacon Fontoura*  
**Estatístico**

*Hugo Sergio  
Nivaldo Gonçalves  
Elizabeth Pontes  
Daniela Lourena  
Irismar Alves*  
**Pesquisadores**

*João Maria Soares*  
**Estagiário**